

爱玛以全维度硬核实力，探索两轮轻出行高质量发展新路径！

质量筑基，长期致远！

质量是制造业的立身之本，也是实体经济行稳致远的关键基石。九月全国质量月，质量建设再次成为产业发展的核心议题。当前，我国电动两轮车行业正处在新国标深化落地、存量市场博弈、消费全面升级的关键换挡期，行业加速从规模扩张走向价值竞争，从参数内卷转向品质、技术、品牌、服务的综合比拼。

面对产业变革大考，爱玛坚守长期主义，将质量建设贯穿研发、智造、技术创新、产品迭代、服务保障全链条，凭借制造硬实力、技术创新力、产品洞察力、体系服务能力，取得全球累计销量突破一亿台、连续 15 年蝉联 C-BPI 电动自行车行业品牌力第一的发展成果，以全方位高质量发展实践，为中国两轮轻出行产业转型升级树立行业标杆。

智造筑底：先进制造体系夯实品质根基

产品质量的稳定性，根植于现代化智能制造底座的强力托举。爱玛持续加大智能制造领域投入，天津、重庆两大生产基地获评省级先进级智能工厂，联动广西、河南等产业基地，建成覆盖国内核心产业带的智能化制造集群，完成由传统“制造”向数字化“智造”的转型升级。

重庆总投资 20 亿元的现代化产业园区，可实现平均 30 秒下线一台整车的生产效率。焊接、注塑、涂装、总装全流程配备自动化装备，数字化管理系统覆盖生产全链路，依托大数据开展全流程品质监控。从零部件入厂检验到整车成品下线，全部执行标准化管控流程，从源头降低产品品质波动风险，保障大批量产品的品质一致性。

与此同时，天津基地作为北方核心制造枢纽，同样深度融入智能化升级浪潮，通过引入高精度机器人集群与柔性生产线，实现多型号、小批量订单的快速响应与高效交付。两大基地互为犄角，依托工业互联网平台实现数据互通

与产能协同，不仅大幅提升了供应链的韧性及敏捷度，更将精益管理理念渗透至每一个生产单元。这种基于数据驱动的智能制造模式，使得爱玛能够精准捕捉生产过程中的微小偏差并实时纠偏，确保每一台下线车辆都符合严苛的质量标准，以“智造”硬实力筑牢品质防线，为市场提供稳定可靠的高品质产品供给。

产线升级之外，爱玛建有通过 CNAS 国家级实验室，具备整车及零部件 500 余项检测能力。每一款新品正式量产投放市场前，均要完成可靠性、安全性、环境适应性等多维度严苛测试，小到紧固件，大到整车三电系统，逐项试验验证，把质量风险拦截在出厂之前。企业坚持核心零部件自研自产战略，电机、控制器、车架等关键部件实现自主可控，牢牢掌握品质管控主导权。先进智能工厂集群、国家级检测实验室、核心零部件自主可控，三重能力叠加，构筑起爱玛产品质量的坚实硬件底座，这也是爱玛历经多轮行业调整，赢得上亿用户信赖的底层逻辑。

科技赋能：硬核创新驱动智能体验迭代升级

智能制造构筑高质量的物理骨架，核心科技创新则是高质量发展的内生内核。步入存量竞争阶段，单纯硬件堆叠难以构筑长期竞争壁垒，真正的质量升级，在于用技术创新解决老百姓真实的骑行痛点。爱玛坚持“时尚为纲、科技为本”双轮驱动战略，摒弃片面参数营销，锚定用户实际出行需求持续打磨技术护城河。

在三电核心赛道，爱玛持续迭代电机、电池、控制系统全链条技术，打造金标电池等自研技术 IP，围绕续航、安全、使用寿命持续优化，把动力、续航、安全防护转化为用户可切身感知的使用体验，而非纸面宣传指标。针对行业普遍存在的“外挂式浅智能”短板，爱玛与华为开展深化战略合作，围绕芯片、车云

平台、开源鸿蒙、端侧 AI、星闪技术开展全栈协同创新，搭建新一代车云一体化智能底座。

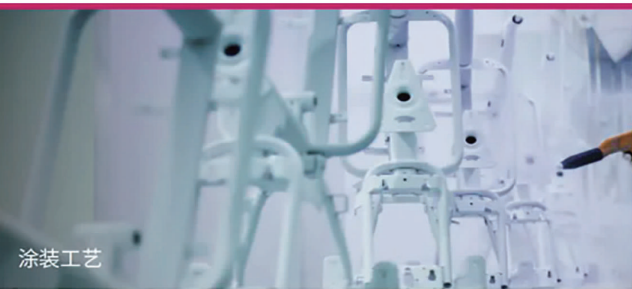
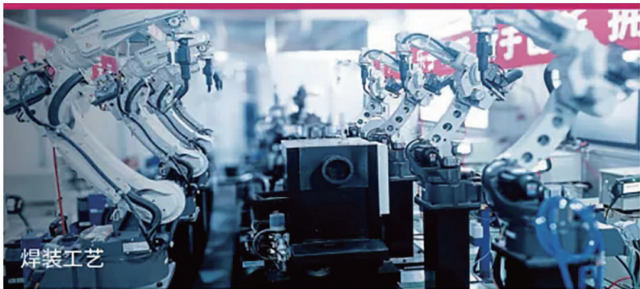
双方合作并非简单技术采购，而是组建联合项目组，实现芯片器件定义、云平台搭建、操作系统适配、场景化功能落地全链条协同共创。依托华为云搭建全球化智能车云平台，完成海量车辆数据的实时接入、运算分析；基于开源鸿蒙打造两轮车专属软件平台，探索与消费终端生态联动；推进智能仪表盘、行车辅助、端侧 AI 落地，推动智能能力从高端车型向普惠车型下沉普及，让两轮电动车进化为可迭代、懂用户的智能移动终端，助力行业从功能车时代迈向智能终端新时代。

爱玛始终恪守技术创新的价值导向：一切智能功能，都服务于现实出行场景。面向女性群体，优化人机尺寸、骑行舒适度与安全防护；针对爱玛黑翼高性能电摩，借鉴成熟底盘调校经验，提升整车操控稳定性；商用马赫系列强化重载耐用属性；休三产品聚焦家庭出行安全。技术拒绝炫技，创新立足民生，以硬核科技持续为产品质量赋能。

用户为本：深耕细分需求打造全场景产品矩阵

高质量发展，既要有过硬硬件品质，更要有贴合群众需求的产品供给。当前消费观念发生深刻转变，消费者选购两轮电动车，不再局限价格、续航等基础指标，审美体验、情绪价值、场景适配的重要性持续提升。市场上部分品牌布局细分赛道，仅依靠更改外观配色完成产品迭代，停留在表层迎合消费潮流。爱玛拒绝绝对套化的简单复刻，深度洞察不同群体出行诉求，将用户研究转化为实实在在的产品，构建覆盖全人群、全场景的产品矩阵。

在女性出行赛道，不少品牌将女性需求简单等同于粉嫩外观。爱玛深耕女性出行领域二十余年，跳出简单“迎合”转向深度“专研”。爱玛副董事长段华提



出“像设计时装一样设计电动车”理念，将美学设计上升至品牌战略层面，不只优化色彩外观，更钻研女性骑行人机工程、安全防护、精神情绪诉求，兼顾美学表达与骑行实用性。

爱玛元宇宙系列契合 Z 世代审美，凭借潮流设计形成广泛社会传播，成为市场热销爆款；爱玛 Q5 赫本联名版萃取经典优雅风格，把轻奢质感融入日常通勤；爱玛黄油小熊联名系列契合年轻群体情感诉求，累计销量突破 14 万台；三轮亲子系列聚焦宝妈家庭出行，兼顾安全舒适。不同车型对应不同年龄、审美、生活场景下女性的出行诉求，搭建完整女性出行产品生态，倡导“遛马文化”，传递骑行不止赶路，更要享受自我的生活理念。

立足女性赛道优势，爱玛推进多品类战略布局，形成“她时尚、他科技”双增长格局。爱玛黑翼瞄准年轻男性城市玩乐骑行，布局高性能电摩赛道，把握油转电市场机遇；爱玛马赫深耕即时配送商用市场，为从业者提供高可靠性出行装备；高端子品牌零际面向高端潮玩用户；休三、高速电摩不断拓展品类边界。产品覆盖大众通勤、城市潮玩、商用配送、家庭休闲、高端玩乐多元场景，不追逐单一爆款的短期红利，依靠细分深耕的高质量供给满足社会多元出行需要，引领行业跳出同质化内卷，走向差异化价值竞争。

服务延伸：全生命周期守护兑现质量承诺

产品交付并非质量工作的终点，覆盖全生命周期的服务，是制造业高质量发展不可或缺的重要组成部分。进入存量市场阶段，服务能力已经成为衡量企业综合质量水平的核心维度。爱玛先后完成从“爱玛修车”到“爱玛车服”，再到爱玛服务中心的迭代升级，推动全国线下门店转型为集产品体验、整车销售、维修救援、用户社群运营于一体的综合服务站点，打通了线上咨询与线下服务的闭环，搭建起覆盖全国的七星级下沉服务网络。

依托这一网络，爱玛将服务触角延伸至用户用车的每一个细微场景，通过标准化作业与数字化赋能，实现从被动响应向主动关怀的转变。无论是日常保养，还是紧急救援，用户均可享受专业、透明、高效的一站式服务体验。这种以用户为中心的服务生态，不仅有效解决了电动车使用过程中的痛点与焦虑，更

通过高频互动增强用户粘性与品牌认同，让“爱玛服务”成为连接产品与用户的情感纽带，真正兑现全生命周期守护的质量承诺，为多品类战略布局提供坚实的后端支撑。

保养维护、故障救援、零部件更换，都是广大城乡消费者实实在在的民生诉求。依托广泛渠道布局，爱玛将标准化服务能力下沉至县域、乡镇，保障基层群众能够便捷获取专业维保服务。完善的服务体系同样赋能广大经销商伙伴，稳定的产品品质降低售后返修压力，标准化服务流程降低门店运营门槛。品牌、产品、服务协同发展，构建品牌价值一体化的良性产业生态。面对行业周期波动，爱玛坚持与经销商共担风险、共享发展，持续强化渠道赋能，保障终端服务质量不打折扣，让高质量体验贯穿车辆全生命周期，把质量承诺落到百姓日常出行当中。

长期定力：以体系化实力统筹国内国际两个市场

高质量发展考验企业综合体系能力，既包含制造、技术硬实力，也考验企业战略定力与品牌价值积淀。弗若斯特沙利文权威认证显示，2006—2025 年爱玛电动两轮车全球累计销量突破一亿台；爱玛连续 15 年斩获 C-BPI 中国品牌力指数电动自行车行业第一，获评行业“黄金品牌”。一亿台销量，是亿万消费者用实际消费投出的信任票；15 年品牌力榜首，体现市场对品牌认知、用户忠诚度、综合口碑的高度认可。两份重磅成果互为印证，是爱玛二十余年坚守质量、践行长期主义结出的实践硕果。

行业处于高波动存量博弈阶段，超半数企业 C-BPI 得分出现下滑，市场份额加速萎缩。部分企业追逐短期流量红利，重营销造势、轻内功打磨。爱玛摒弃机会主义思路，把质量提升、价值增长贯穿企业发展全过程，确立“全球智能与可持续轻出行的美学风向标”品牌定位，明确体系化、国际化、现代化、智能化四大发展方向。质量建设不是阶段性活动，而是融入企业发展底层的长期战略。

爱玛的年轻化品牌建设，始终扎根产品实体，拒绝脱离产品的流量炒作。从上海“遛马大赏”沉浸式时尚大秀，到五城“遛马风格片场”商圈 IP 巡展；携有爱玛元宇宙代言人陈阳娜娜、联动赫本、黄油小熊、CHIKAWA（吉伊卡哇）等 IP 资源；打造街区沉浸式体验，联动

文娱艺术场景开展品牌传播。全部营销活动以产品为根基，将品牌热度转化为线下门店客流，实现品牌声量向市场实效转化，做到营销赋能产品，流量服务质量，规避营销与产品脱节的行业通病。

立足国内质量建设成果，爱玛稳步推进国际化布局，跳出简单货物出口模式，走向本地化研产销深度出海。印尼、越南海外基地投产运营，抢抓东南亚亚改电发展机遇；登陆 CES 国际展会，以智能化、高端化产品开拓欧美市场，向海外输出中国智造产品。同时依托电机、电池、智能互联的技术积累，逐步布局低空经济赛道，拓展地面到低空的立体出行生态，打开企业长远发展空间。爱玛加快从国内两轮车制造企业，向全球轻出行品牌迈进，对外传递中国制造业的质量理念与创新实力。

行稳致远：坚守质量初心引领产业价值跃迁

电动两轮车是服务亿万群众的民生出行工具，产品质量直接关系到人民群众出行安全与切身利益。新国标落地实施，抬高行业准入门槛，倒逼落后产能加速出清，推动整个行业迈向高质量发展。市场大浪淘沙，追逐短期利益、重营销轻研发的市场主体终将被淘汰；唯有坚守质量初心、坚持以用户为中心的长期主义企业，才能穿越周期行稳致远。

对爱玛而言，质量不只是阶段性主题活动，质量提升永远在路上。智能工厂的每一道工序、CNAS 国家级实验室每一轮测试、三电技术迭代升级、华为鸿蒙生态协同创新、全场景产品打磨、全国服务网络持续完善，质量理念贯穿企业生产经营各个环节。历经二十余年深耕，全球销量破亿、15 年蝉联 C-BPI 第一是过往奋斗的答卷，更是全新发展起点。

面向未来，爱玛将继续恪守质量为本的发展理念，坚持时尚 + 科技双轮驱动，持续夯实智能制造底座，攻坚核心技术创新，打磨全场景高品质产品，迭代升级服务体系，深耕国内市场的同时加快国际化步伐。以质量筑牢发展根基，以创新驱动产业升级，持续为广大群众提供安全、舒适、智能、兼具美学价值的轻出行解决方案。以爱玛自身高质量发展，带动两轮电动车行业整体价值跃升，为我国实体经济高质量发展贡献出行产业力量。

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团

爱玛集团